

超七成人形机器人企业前三季度盈利 加码研发竞逐高端制造

本报记者 李雯珊
见习记者 刘晓一

近日，人形机器人行业消息不断。10月29日，马斯克在沙特投资论坛(FII)预测，2040年前，机器人数量将超过人类，至少有100亿个机器人投入使用，每个价格在2万至2.5万美元之间。10月14日，工业和信息化部副部长王江平在国新办举行的新闻发布会上表示，工业和信息化部将出台推动未来产业创新发展的实施意见，大力发展人形机器人、脑机接口、6G等新领域新赛道。

与之相呼应的是，行业上市公司整体业绩稳步增长。Wind数据显示，今年前三季度，A股54家人形机器人行业上市公司合计营收2467.08亿元，同比增长9.21%，净利润139.4亿元，同比增长14.82%。其中有40家实现盈利，占比超七成。

研发投入稳中有进

《证券日报》记者梳理发现，传统的工控和精密制造企业仍是拉动板块业绩的主力军，如汇川技术、歌尔股份、长盈精密等。该类企业在人形机器人的布局上，多以零部件等精密制造为主。

研发投入方面，上述54家人形机器人行业上市公司前三季度总体研发投入稳中有进，达185.08亿元，同比增长7.42%，进一步为高端制造筑牢根基。

其中，工控龙头汇川技术以33.54亿元的净利润规模遥遥领先。汇川技术在业绩说明会上表示，人形机器人方面，公司聚焦关节类零部件研发，目前产品正在开发当中。未来，公司的研发费用率总体将保持在8%至10%之间。

净利润增幅方面，长盈精密前三季度净利润较上年同期增长约382倍，成为人形机器人板块的领跑者。公司在人形机器人领域的布局主要聚焦精密零组件产品，如灵巧手关节齿



轮、轴承、指尖传感器等。

“公司在巩固消费电子头部客户精密零组件业务优势的同时，持续聚焦于推动新能源精密零组件业务的发展，稳步推进规模的自动化和数字化改造进程，实现了业务的持续增长与优化。”长盈精密相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示，公司在今年成立了全资子公司深圳市长盈机器人有限公司，其主营业务就是智能机器人，尤其是智能人形机器人的精密零组件的研发、销售。长盈精密目前已进入全球两大头部人形机器人公司核心零部件的供应链。

中航证券研报表示，人形机器人产业趋势明确，目前产业进入“从0到1”的重要突破阶段。进入第四季度，人形机器人有望迎来定点、定型、生产节奏确认等催化，板块行情有望持续。

据不完全统计，今年上半年，全球人形机器人领域融资金额已突破70亿元人民币，超过2023年全年的融

额。值得一提的是，今年以来，许多初创型人形机器人整机企业也融资火热。比如，11月5日，通用型仿生人形机器人研发商“月泉仿生”宣布完成近亿元Pre-A轮融资。前不久，具身智能公司“星动纪元”也宣布完成近3亿元Pre-A轮融资。

企业加码布局新赛道

目前来看，多家上市公司、机构等竞相入局人形机器人赛道，欲借此进军前沿科技领域，并探索新的增长曲线。

“人形机器人赛道玩家大致可以分为五大派系：元老级厂商、初创型公司、车企和手机等跨界玩家、算法算力软件公司、“原生”机器人研发派。”高工机器人产业研究所(GGI)相关负责人向《证券日报》记者介绍，入局方式主要有两种：一是直接抢滩布局，即开设人形机器人业务、成立人形机器人子公司；二是间接入局，投资入股人形

机器人产业链公司，合作研发相关技术及产品。

例如，8月22日，智能制造企业豪森智能公告表示，拟以公司自有资金或自筹资金3000万元设立全资子公司豪森机器人，以实施汽车智能制造装备的人形机器人研发与应用项目，将重点发展人形机器人集成和自主移动机器人。

此外，9月7日，智控企业和而泰公告称，公司作为有限合伙人与6家企业签署了《嘉兴元元股权投资合伙企业(有限合伙)合伙协议》。该基金拟投资于人形机器人领域的企业。

日前，民生证券成立业内首家人形机器人研究院。民生证券表示：“人形机器人凝聚了人工智能、自动驾驶、半导体、能源电池、精密机械控制等过去60多年来诸多尖端领域的技术结晶，如一座桥梁将席卷世界的AI浪潮与物理世界相连，在新一轮科技革命和产业变革中，将成为科技竞争的新高地和经济发展的新引擎。”

人形机器人赛道投融资火热 助力产业“加速跑”

本报记者 寇佳丽

作为未来产业的重要方向，人形机器人正以其独特魅力和巨大潜力吸引着越来越多的关注和投资。

IT桔子数据显示，截至11月5日，年内人形机器人领域共发生投融资案例46起，投资金额共计116.8亿元，远超2023年全年(2023年人形机器人投融资案件共32起，投资金额共计59.19亿元)。

火爆的数据背后，是政策推动、技术进步、市场需求潜力大、产业生态逐渐完善等多重因素的共同作用。

去年11月份，工业和信息化部发布《人形机器人创新发展指导意见》；今年1月份，工业和信息化部等七部门发布的《关于推动未来产业创新发展的实施意见》提出，“突破人形机器人、量子计算机、超高速列车、下一代大飞机、绿色智能船舶、无人艇等高端装备产品，以整机带动新技术产业化落地”。

各地也在积极部署。以重庆为例，10月28日，重庆市经济和信息化委员会等多部门联合印发的《重庆市“机器人+”应用行动计划(2024—2027年)》提出，“重点开发重载智能工业机器人、工业复合机器人、农业机器人、智能建造机器人、协作机器人、人形机器人、教学/助学机器人、导引机器人、医疗机器人、养护机器人、特种应急机器人等中高端机器人整机产品”。

首都科技发展有限公司特聘研究员董晓宇对《证券日报》记者表示，国家和地方层面的政策举措，不仅形成了上下联动、共同推动产业进步的发展格局，也为人形机器人产业发展确定了具体的中长期目标，有助于引导业内企业更好制定投资和研发计划，推动市场健康有序发展。

人形机器人的批量化应用目前尚未在特定领域真正实现，但前景十分乐观。中国电子商务专家服务中心副主任、资深人工智能专家郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示，人形

机器人在工业制造、医疗护理、家庭应用等方面的市场需求潜力巨大，尤其是伴随人口老龄化的演变，养老和护理需求将为人形机器人的应用落地提供越来越广阔的空间。

“中短期看，人形机器人在企业或政府部门等场景有望率先实现应用；长期看，人形机器人要真正走进千家万户才有可能撑起庞大市场规模。值得关注的是，后一个目标的达成路径存在诸多不确定性，如隐私安全、合规问题等。”高工机器人产业研究所所长卢瀚宸对《证券日报》记者表示。

整体看，年内的46起投融资并未对特定细分领域展现出“偏爱”，资金广泛流向人形机器人产业的上中下游，有些投资主攻核心零部件制造和制造和系统集成，也有投资资金用来拓展应用场景、招募人才等。

受访专家认为，上述现象反映出资本对该领域未来发展的高度认可与期待。一方面，我国人形机器人产业

正处于快速发展阶段，很多环节都需要大量资金支持；另一方面，产品加速迭代，成本降低都倚仗技术进步，而技术难点的突破也离不开资金的有力支撑。

从投资、研发到生产，人形机器人产业各环节的布局如火如荼，各方对这一热门赛道的未来发展充满期待。据首届中国人形机器人产业大会发布的报告预测，2024年中国人形机器人市场规模将达到27.6亿元，2030年有望成长为千亿元市场。中金公司研报表示，预计到2030年，中国人形机器人出货量有望达35万台。

郭涛表示，为充分释放市场潜能、推动人形机器人产业高质量发展，未来至少要做好以下几方面工作：一是加强基础研究投入，特别是感知交互、智能决策等核心技术领域，以保持长期竞争优势；二是构建开放合作的生态体系，形成资源共享、优势互补的良好局面；三是持续拓展多元化应用场景，开拓产业新增长点。

医疗巨头齐聚进博会 “全勤生”携新品扎堆亮相

本报记者 徐一鸣
见习记者 金婉霞

11月5日，第七届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在国家会展中心(上海)开幕。医疗器械及医药保健展区再次成为药械巨头们秀实力的舞台。进博会官网信息显示，今年的医疗器械及医药保健展区吸引了全球十大医疗器械企业、11家世界500强制药企业参展，集中展示了一批国际领先的医疗创新产品、尖端技术和服务。

多家医药生物行业全球头部企业负责人在接受《证券日报》记者采访时表示，聚焦新质生产力，为中国市场带来新的产品，对于开拓中国市场具有重要意义。

作为进博会七届“全勤生”，西门子医疗今年集中展示近20款前沿科技产品与多元解决方案，其中近10款为首次亮相新品。

另一“全勤生”强生携百余款创新产品参展，其中约四分之一为首秀首发产品。强生医疗科技中国区总裁周敏涛对《证券日报》记者表示：“作为进博会七届‘全勤生’，从‘回头客’到‘回头客’再到‘常驻客’，我们获益于进博会带来的磁场效应和广泛影响，也深刻感受到中国经济的强劲韧性和市场的强大活力。”

进博会也助力企业迈向世界舞台、践行全球经营战略。今年，已是第七次参与进博会的复星医药亮出了一系列“全球新”，包括其战略合作伙伴北京未磁科技自主研发的全球首款128通道无液氦脑磁图

仪、全球首款银屑病口服靶向药物欧泰乐(阿普米司特片)、全球首个且唯一同时可阻断NK-1受体和5-HT3受体的双通道固定剂量组合口服复方止吐剂奥康泽(奈妥匹坦帕洛诺司琼胶囊)等。

复星医药董事长吴以芳对《证券日报》记者表示：“复星医药将始终坚持创新驱动，积极拥抱全球化、深化国际合作，通过进博会这一开放合作的重要平台，展示我们的创新成果和全球化战略布局。我们将继续推进全球化运营，加速源头创新转化，为‘健康中国’的宏伟蓝图贡献力量。”

进博会的溢出效应正吸引越来越多企业前来参展。聚焦生命科学赛道，首次参展的“新朋友”亚虹香港带来了全球首个经国际三期临床验证的无创治疗宫颈癌前病变的光动力药械组合产品。亚虹医药董事长兼CEO潘柯说，进博会既是全球创新产品和技术的展示窗口，也为成长性创新企业创造了绝佳平台，希望推动并加速填补临床空白的产品在中国落地，早日惠及更多患者。

多家企业均表示，进博会是企业展示的舞台，许多参展的创新产品有望逐渐为更多人所熟知，实现从展品到商品的转变，并提升创新产品的品牌力、影响力。

据悉，本届进博会有120余家展商将在发布会上展示超过170项前沿科技产品，参与发布活动的世界500强及龙头企业数量、新品发布数量均将创历届之最。

雀巢大中华大区董事长兼首席执行官张西强： 深耕中国市场 践行可持续发展理念

本报记者 谢岚
见习记者 梁傲男

11月5日，第七届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)正式开幕。雀巢集团作为连续七年参展的“老朋友”，以丰富的产品矩阵和鲜明的可持续发展理念吸引了众多目光。

进博会期间，雀巢大中华大区董事长兼首席执行官张西强接受了《证券日报》记者专访，就雀巢在中国市场的发展策略、产品创新以及可持续发展等话题进行了深入探讨。

“作为首批进入中国市场的外资企业之一，雀巢很荣幸能够连续七届参与进博会，并作为中国经济发展的亲历者，见证和参与中国与世界的经贸交流合作。进博会为外资企业提供了双向沟通、发展共赢的便利和保障。”张西强在接受《证券日报》记者采访时表示，雀巢也希望借助进博会的平台与各企业和消费者深入沟通，更好地链接全球优质产品与中国市场需求，为消费者提供更完善的产品和服务。

谈及对中国市场的投资，张西强表示：“2020年以来，雀巢新增在华投资超过20亿元，以进一步扩大在华业务，尤其聚焦高技术、高创新的婴儿配方奶粉及宠物食品等领域。我们期待这些项目为当地经济发展、民生、就业带来新动力，促进当地食品产业、消费多元化和可持续发展。”

以创新应对变化

在本届进博会上，雀巢携来自14个国家、九大业务单元的进口产品亮相，展品数量达429个，涵盖了婴儿营养、健康科学、咖啡、进口纯净水、糖果、奶品、宠物护理、谷物等多个领域，展示了雀巢在中国市场的精耕细作和多元化布局。

随着中国消费者生活水平提高和消费需求的不断升级，雀巢在大品类、高端化和营养健康领域持续深耕，全面覆盖从婴儿到成人、从个体到家庭、从人到宠物伙伴等全生命周期的饮食营养需求。

据《证券日报》记者了解，目前，雀巢集团在国内运营22家工厂、3个研发中心和5个创新中心。2023年，雀巢大中华大区的净销售额折合人民币为436亿元。张西强表示：“中国是雀巢全球的第二大市场，也是世界上发展最快的食品饮料市场之一，为雀巢提供了巨大的增长潜力。雀巢认为中国一直以来都是外商投资兴业的沃土，我们对中国的承诺是长期且坚定不移的。雀巢对中国市场的未来充满信心，并将一如既往地在中国进行投资，为推动中国经济高质量发展贡献力量。”

面对中国消费者对食品需求的日益多元化，行业不断创新以迎合市场变化。张西强表示，中国消

费市场正逐渐步入科学理性消费时代，食品行业的需求也在不断升级，从“吃得好”转向“吃得健康”，这将进一步推动产业升级。

为此，雀巢针对“Z世代”、银发族等不同消费人群提供了不同的解决方案。通过落实“高端化、大品类、健康化”的策略，雀巢快速推进产品的改良和创新，以满足本地消费者对产品的需求和偏好。例如，在咖啡领域，雀巢近年来推出了几十款新品，如咖啡果皮革“果然轻咖”、植物基咖啡饮品等。此外，公司还通过各种形式与消费者进行线上线下沟通。借助进博会，每年雀巢会把很多“新产品、新体验”带给中国消费者。

谈及对中国市场的投资，张西强表示：“2020年以来，雀巢新增在华投资超过20亿元，以进一步扩大在华业务，尤其聚焦高技术、高创新的婴儿配方奶粉及宠物食品等领域。我们期待这些项目为当地经济发展、民生、就业带来新动力，促进当地食品产业、消费多元化和可持续发展。”

创造共享价值

本届进博会，可持续发展理念成为雀巢展区的亮点之一。雀巢展示了其“净零碳排放路线图”，并秉持“创造共享价值”的理念，将绿色创新融入产品的全生命周期，从原料采购到消费者手中，构建起一条可持续的绿色价值链。

可持续发展是业务发展的前提。据悉，雀巢投入了大量的人力、物力，用于践行在2050年实现温室气体净零排放的承诺。

对于可持续产品的价值，张西强表示，虽然短期来看，践行可持续发展需要一些额外的投入，但长远来看，可持续发展对整个行业具有重大影响。先行一步的公司将会在未来竞争中占有先机。平衡好短期和长期之间的投入和付出，是雀巢目前正在进行的一项重要工作。

据他透露，雀巢在大中华区的可持续发展已成为其业务竞争优势之一，通过实现集团可持续发展承诺、加速品牌可持续发展进程以及推动与利益相关方合作共赢，雀巢在实现业务持续增长的同时，也实现了可持续发展。

展望未来，张西强表示，雀巢将继续深耕本土市场，持续关注变化，充分发挥食品的力量，提升每个个体的生活品质，以优质食品的方式为中国消费者带来美好生活。

港股市场加速出清 年内已有42家公司完成退市

本报记者 毛艺融

今年以来，港股市场优胜劣汰机制持续生效，“劣质股”加速出清。Wind数据显示，截至11月5日，年内已有42家港股公司完成退市。其中，26家被取消上市地位，14家私有化退市，1家赎回，1家自愿撤回上市。

港股分为主动退市和被动退市两种情况，被港交所取消上市地位的属于被动退市，也被称为“强制退市”或“强制除牌”。今年以来，已有金禧国际控股、金石投资集团等26家港股公司被港交所取消上市地位。

进一步来看，这类企业大多属于传统行业，其共性特征为业绩差、年报“难产”、长期停牌等。除此之外，一些公司因涉嫌重大违法违规，也会被港交所勒令退市。

仅10月29日当天，就有佳源国际控股、大唐集团控股、大发地产等3家上市房企集体退市，退市原因较为相似，均因未能按时刊发财报，公司股票停牌至今已接近18个月。

沙利文捷利(深圳)云科技有限公司研究总监袁梅对《证券日报》记者表示，港股强制退市的触发条件相对宽松、弹性，包括公众持股量不足、业务运作不足、长期停牌、财报问题等。不过，从公司停牌到发出退市通知，一般都超过2年的时间，加上复牌补救以及行政复核等，时间更长。

与被动退市相比，主动退市的公司是自愿寻求退市机会，因而发起私有化退市。

Wind数据显示，截至11月5日，年内已有泛海酒店、华发物业服务、A8新媒体、建益集团、维达国际等14家港股

公司私有化退市，已超过去年全年的12家。

私有化退市路径通常有全面要约收购和吸收合并两种。从年内案例来看，多为要约收购。

要约收购的价格是私有化退市能否成功的关键之一。例如，A8新媒体因162.77%的高溢价受到关注。公告显示，注销价0.36港元较最后交易日联交所所报收市价每股股份0.137港元溢价约162.77%。

从以往实践来看，选择私有化退市的公司，从公告刊发到完成退市，最快3个月以内，慢则7个月。

从市值来看，年内海通国际、锦州银行等公司私有化退市前市值较高，均在千亿港元以上。魏桥纺织、中智全球等则在百亿港元以上。其中，L'OCCE-TANE(以下简称“欧舒丹”)退市时的港

股市值接近500亿港元。10月15日，欧舒丹宣布完成强制收购并撤回其在中国香港交易所的上市地位。

对于私有化退市的原因，欧舒丹在公告中表示，私有化将为公司作出以长期业务为中心的决策及长期持续增长时提供更大灵活性，包括寻求战略投资及更有效实施效率，而不受资本市场预期、监管成本及披露责任、股价波动的压力以及对短期市场及投资气氛影响。

事实上，港股上市公司选择私有化退市，多是基于长期战略发展考虑。

“在市场流动性有限时，上市公司股票交易量偏低、难以融资，还需付出较高的成本来维持上市地位。”汇生国际资本总裁黄立冲对《证券日报》记者表示，在此情况下，实行私有化退市有利于其减少维持上市的成本、维护声誉，为其实施长期发展战略提供条件。